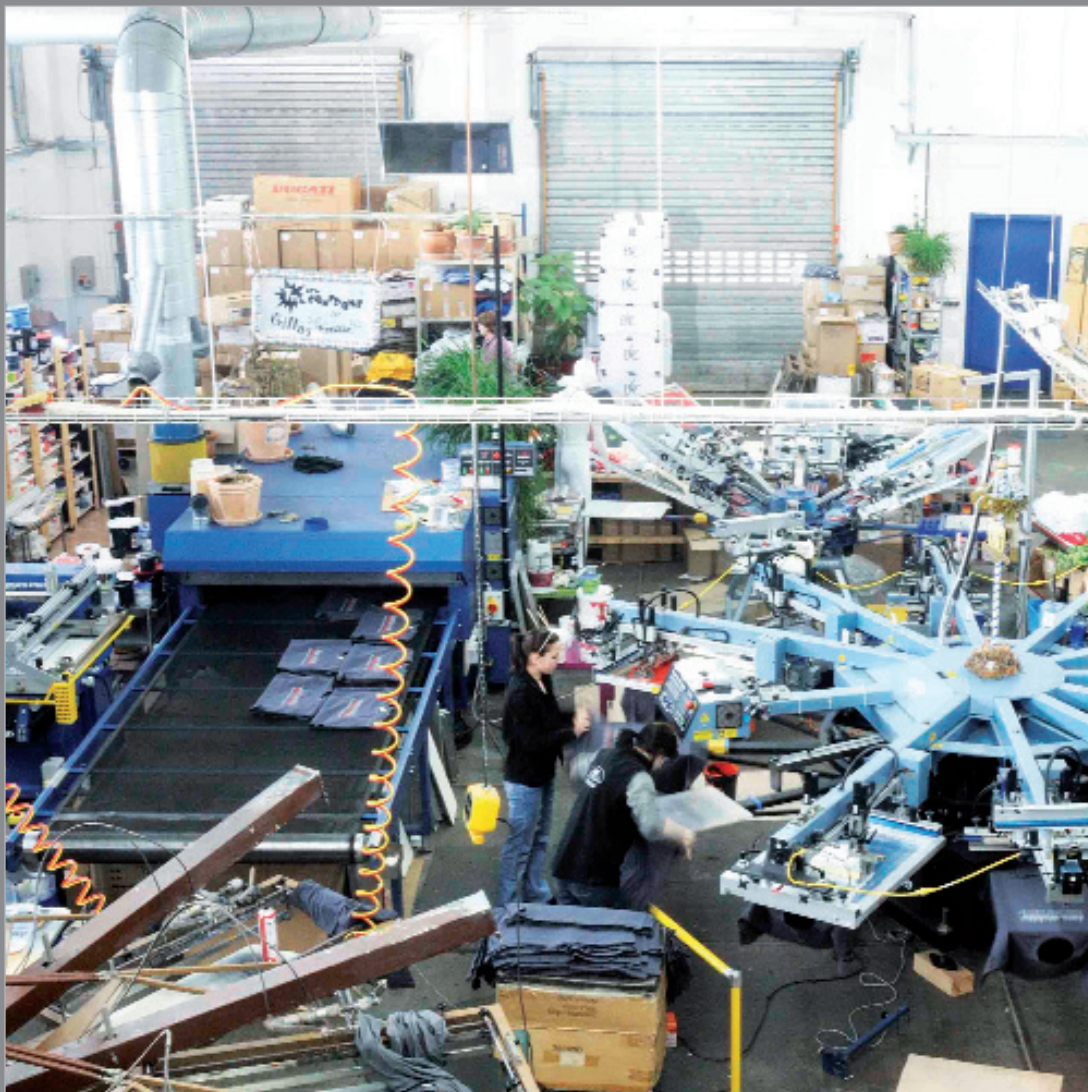


Extra Textildruck
Inhaberin:
Gilla Steffan
Siebdruckmeisterin
Pfaffenrieder Straße 18
82515 Wolfratshausen
Tel. 081 71/71 64
Fax 081 71/7 63 89
www.extra-textildruck.de





Extra Textildruck

Inhaberin: Gilla Steffan
Siebdruckmeisterin
Pfaffenrieder Str. 18
82515 Wolfratshausen
Tel. 081 71/71 64
Fax 081 71/763 89
www.extra-textildruck.de

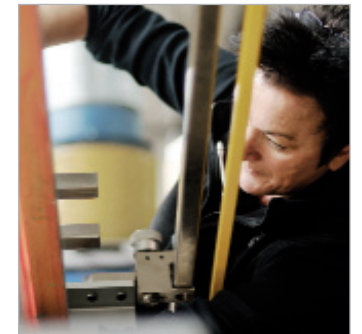


Zur Person

Gilla Steffan

Sie ist Siebdruckmeisterin mit Leib und Seele – und eine Meisterin ihres Fachs. Ihre Ausbildung zur Siebdruckerin absolvierte Gilla Steffan im väterlichen Betrieb, der sich der Schilderherstellung widmete. Zudem studierte sie Drucktechnik an der Hochschule der Künste (HdK) in Berlin und absolvierte die Meisterschule der IHK. Bereits nach dem Studium spezialisierte sie sich auf Textildruck. Seit 12 Jahren führt sie nun ihre Firma Extra Textildruck in Wolf-
ratshausen bei München. Mit ihren fünf Mitarbeiterinnen setzt sie innovativ die Wünsche ihrer Kunden um – egal, ob es dabei um ein farbenfrohes Logo, einen eleganten Schriftzug oder um sinnlich erfahrbare Botschaften geht. Sie ist eine echte Tüftlerin. Denn Textildruck heißt für die Unternehmerin nicht nur, Logos exakt und farbgetreu auf T-Shirts, Jacken, Sweatshirts, Mützen oder Taschen zu platzieren –

Textildruck bedeutet für sie viel mehr: Farben, Formen und Materialien verbindet sie zu einem harmonischen Zusammenspiel, um damit die Werbebotschaften ihrer Kunden für alle Sinne spürbar zu machen: visuell, haptisch, olfaktorisch. Sie sprudelt nur so vor Ideen, wenn es darum geht, schwer druckbare Elemente wie Wasser, Wiese, Schokolade, Kaffee oder Parfum fühl- und sogar riechbar auf den Stoff zu bannen. Will etwa ein Kunde mit einem T-Shirt für Klettertouren werben, findet sie vielfältige Lösungen. So erscheint der Schriftzug in sandfarbenen Lettern und fühlt sich an wie Sandstein. Oder er zieht sich, schattiert in hellen und dunklen Grautönen, quer übers Shirt – und greift sich wie unregelmäßiger Fels. Und das ist nur eins von vielen überraschenden Resultaten, die Gilla Steffan mit Kreativität auf den Stoff zaubert.



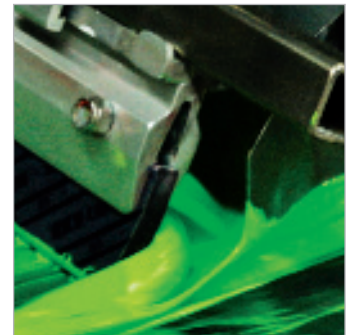
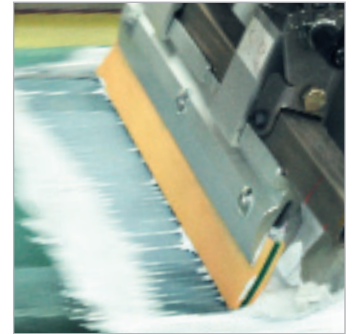
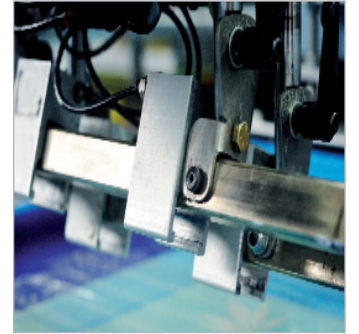


Die Firma

Klein & innovativ

„Ganz gleich, mit welchen Vorstellungen und Wünschen die Kunden kommen, wir setzen sie mit innovativen Konzepten um“, so bringt Gilla Steffan ihre Unternehmensphilosophie auf den Punkt. Sie wählt passende Verfahren und Farben aus, setzt Formen und Materialien kreativ ein, um die Werbebotschaften ihrer Kunden sinnlich spürbar auf den Stoff zu bannen. Wenn ein Kunde zum Beispiel eine Wiese aufs T-Shirt drucken lassen möchte – kein Problem: Die Unternehmerin findet eine Lösung. Und das bedruckte T-Shirt lässt dann an eine Wiese denken, nicht nur weil es so aussieht, sondern weil es sich auch so anfühlt und so riecht. Geht es einem anderen Kunden darum, ein Logo so drucken zu lassen, dass es sich nicht dick wie eine Plastikschrift, sondern zart wie Seide angreift, auch dafür hat die Siebdruckerin Lösungen parat. Sie betont: „Wir sehen komplexe Aufgaben als spannende Herausforderungen.“ Deshalb bietet sie ihren Kunden umfassende Beratung. Dabei steht ihr Werbe- und Textilexpertin Julia Lang zur Seite, die sich auch um den Vertrieb kümmert. Wichtig ist allerdings, dass sich die Kunden frühzeitig beraten lassen – am besten bereits bei der Entwicklung des Logos oder des Schriftzuges, der auf dem Stoff landen soll.

Um stets innovativ die Wünsche ihrer Kunden erfüllen zu können, probiert Gilla Steffan immer wieder neue Techniken aus und entwickelt sie weiter. Deshalb setzt sie auch auf Weiterbildung und moderne Technologie. Erst vor vier Jahren investierte sie in neue Maschinen. Zudem nimmt sie an den wichtigsten internationalen Messen in den USA und Europa teil – nicht nur, um Präsenz zu zeigen, sondern auch um neue Trends, Techniken, Farben und Materialien aufzuspüren. Regelmäßig nutzt sie Trainings- und Weiterbildungschancen – und legt auch bei ihren Mitarbeiterinnen großen Wert darauf.



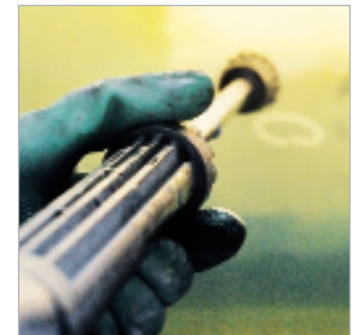
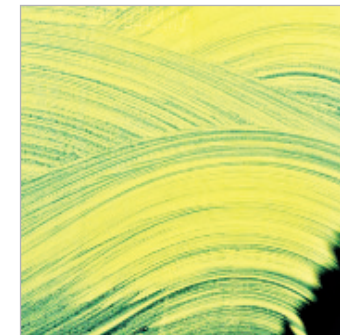
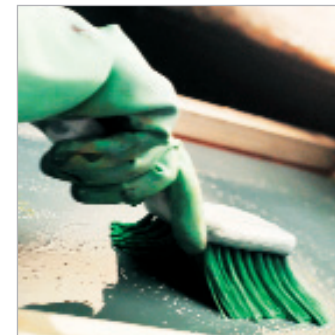


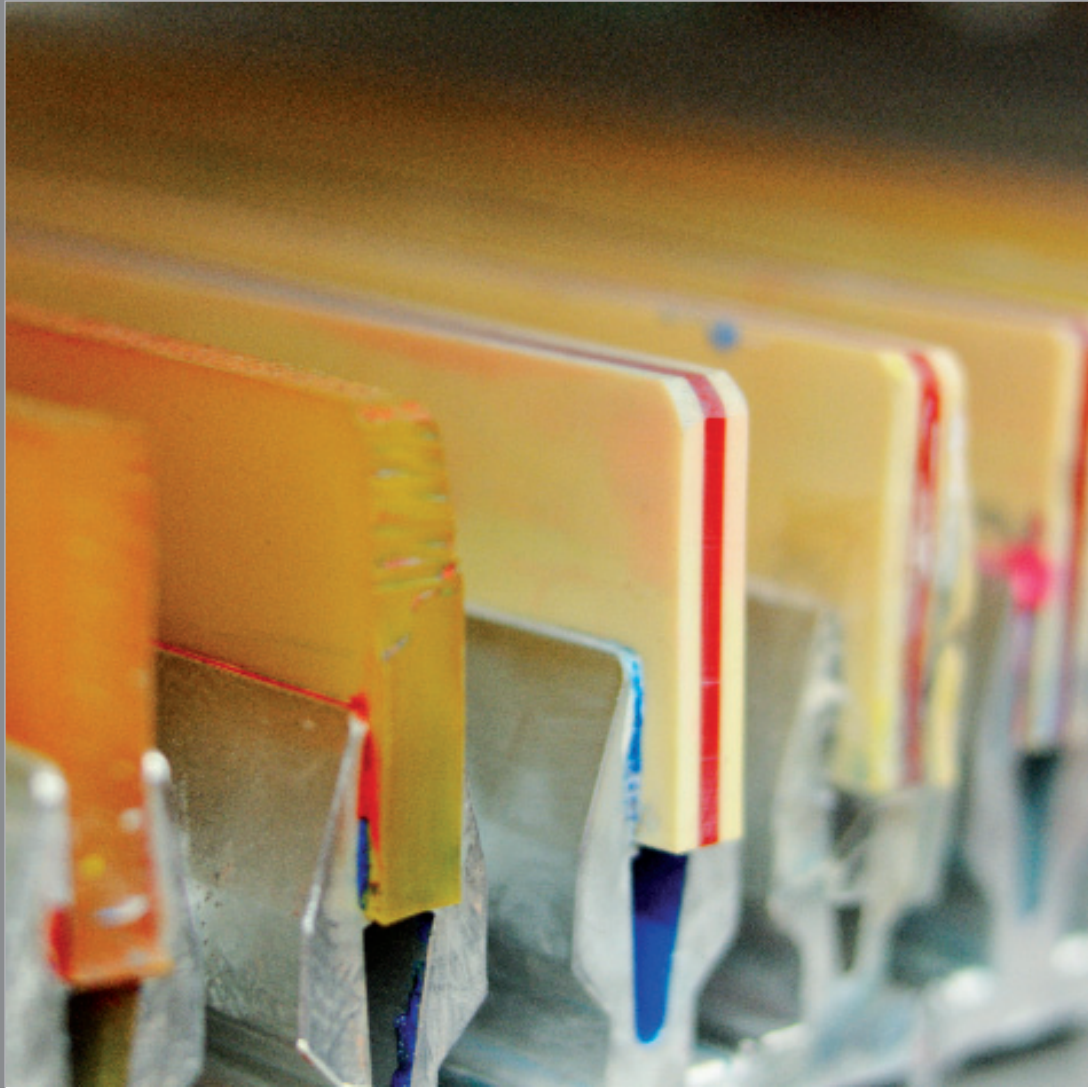
Die Firma: Klein & innovativ

Seit 2000 bildet die Unternehmerin Siebdrucker, Fachrichtung Textildruck, aus. Damit gibt sie ihr umfassendes und tiefgehendes Wissen weiter. „Der Siebdruck spielt auch in Zukunft eine wichtige Rolle“, beschreibt sie die Chancen dieser Technologie. Heutzutage wird er vor allem in der Werbung, im Textil- und Keramikdruck und für industrielle Anwendungen eingesetzt. Doch die Wurzeln dieses Verfahrens dürften wohl in der asiatischen Stoffdekorkunst zu finden sein, erzählt die Meisterin. Denn dafür nutzten die Menschen seit jeher Schablonen, Pinsel und Bürste. Die Japaner verfeinerten dieses Verfahren und kamen mit ihrer Katagami-Technik dem späteren Siebdruck sehr nahe. Schon im 17. Jahrhundert waren dort Schablonen bekannt, deren feine Motive durch zarte Gewebe aus Haaren oder Seidenfäden – ähnlich einem Sieb – stabilisiert wurden. Erst im 19. Jahrhundert schwappte dieses Know-how auf den europäischen Kontinent über.

Schließlich war es mit Samuel Simon auch ein Engländer, der sich 1907 das Verfahren patentieren ließ. In Europa und den USA entwickelte sich der Siebdruck, der zunächst vor allem für Stoffe und Schilder genutzt wurde, nicht nur zu einem wichtigen Verfahren für die Industrie, sondern auch zu einem künstlerischen Ausdrucksmittel.

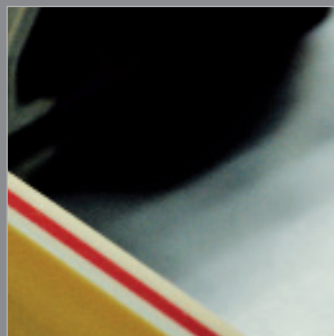
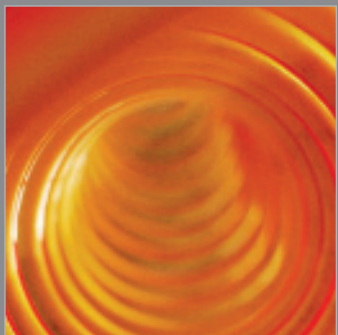
Zwar gewinnt inzwischen der Digitaldruck zunehmend Marktanteile, dennoch wird auch die Bedeutung des textilen Siebdrucks weiter wachsen, ist die Firmenchefin überzeugt. Zumindest sie sich mit ihrem pfiffigen Geschäftskonzept in einer Marktnische bewegt, die viel Zukunftspotenzial bietet. Und die will sie weiter ausbauen. „Wenn wir unseren Schwerpunkt, die komplexen Drucke und Effektdrucke, weiterentwickeln, erleben wir den Digitaldruck nicht als Konkurrenz, sondern als nur eine von vielen Möglichkeiten.“





„Ohne sie geht nichts!“

Das Wort **Rakel** stammt von dem französischen „racle“ ab und bedeutet Kratzeisen oder Abstreichholz, zum Beispiel für ein Getreidemaß. Beim Siebdruck besteht die Rakel meist aus Gummi mit einer scharf geschliffenen Kante; damit wird die Druckfarbe durch die Öffnungen im Sieb auf den Stoff gedrückt.



Die Verfahren

Sieb, Rakel & Co.

Der Blick von oben auf die Maschinen beeindruckt: Inmitten der rund 500 Quadratmeter großen Halle dreht sich leise das imposante Zehn-Farben-Textildruckkarussell, dahinter wummert gedämpft der Trockner. Von den Regalen leuchten die Farbtöpfe in zarten bis kräftigen Blau-, Rot- und Gelbtönen, in appetitlichem Zimt- und Schokobraun, in sattem Rasengrün ... Zwei weitere Textildruckmaschinen, ein Siebdruck-Flachbettautomat, mehrere Transferpressen und ein Verpackungsgerät ergänzen den modernen Maschinenpark von Extra Textildruck.

Erst vor einigen Jahren expandierte der mittelständische Betrieb. Inhaberin Gilla Steffan investierte in neue Maschinen und zog in größere Räume um: Zu der Sechs-Farben-Maschine, die sie schon bei der Firmengründung 1996 übernommen hatte, kamen nun das bereits erwähnte Zehn-Farben-Textildruckkarussell mit einem maximalen Druckformat von 50 x 70 Zentimetern, ein Zehn-Farben-Handdruckkarussell und ein umweltfreundlicher Gastrockner. Ganz neu ist auch der Siebdruck-Flachbettautomat mit einem Format von 70 x 100 Zentimetern für den Transferdruck.

„Die Maschinen eröffnen uns viele neue Möglichkeiten“, freut sich die Firmenchefin. Beispielsweise lassen sich damit High-Density-Drucke durchführen. Diese Dickschichtdrucke liefern quasi das Funda-

ment für die Spezialeffekte: Auf Basis der dicken Farbschicht gestaltet sie die Optik und Haptik von Felsen, Sand, Rasen, Glitter, Kristall, Blubberblasen ... Ebenso ist dieser Dickschichtdruck auch die Grundlage für Duftfarben. „Fast alles ist möglich“, schmunzelt Gilla Steffan. Zudem kann sie jetzt dank der zehn statt zuvor sechs Druckstationen spezielle Farbseparationen besser auf dunkle Textilien drucken. Und die Maschinen steigern auch das Potenzial deutlich: „Sie erlauben uns eine Tagesleistung von rund 3000 Drucken je Maschine.“

Neben dem Direktdruck bietet die Unternehmerin auch Transferdruck an. Solche Transfers werden zunächst auf Papier gedruckt und dann mit einer Heißpresse auf den Stoff übertragen. Mehrere Doppel- und Einzelpressen in Formaten von maximal 60 x 80 Zentimetern ermöglichen auch in diesem Bereich ein großes Variationsspektrum. „Wir bieten daher fast alle denkbaren Arten von Transfers sowohl im Siebdruck als auch im Digitaldruck – je nach Einsatzbereich und Anforderungen.“

Der moderne Maschinenpark von Extra Textildruck zeigt allerdings nur die eine Seite der Medaille. Die andere Seite: Trotz dieser High-Tech-Automaten erfordert Siebdruck viel Fingerspitzengefühl. „Um hohe Druckqualität zu bieten, ist es wichtig, sehr exakt und präzise zu arbeiten“, erklärt die Unternehmerin. Denn Siebdruck ist ein echtes Handwerk,



Die Verfahren: Sieb, Rakel & Co.

und zwar im Wortsinn: Zum einen brauchen versierte Drucker geschickte Hände, zum anderen bietet dieses Verfahren zugleich vielfältige Möglichkeiten, es zu variieren, zu verfeinern und weiterzuentwickeln. Und genau dieses Potenzial des Siebdrucks nutzt Gilla Steffan mit Begeisterung, um ihre sprudelnden Ideen pfiffig umzusetzen. So lassen sich zum Beispiel unterschiedliche Siebe, Farben und Schablonen einsetzen oder Rakel verwenden, die Farbe nicht nur durchdrucken, sondern auch strukturieren ...

Trotz aller Vielfalt – das Grundprinzip des Siebdrucks ist leicht zu verstehen: Die Farbe wird stets mit einem wischerähnlichen Werkzeug, der Rakel, durch ein feinmaschiges Gewebe, das Sieb, hindurch auf den Stoff, das Papier oder andere Materialien gedruckt. Dabei verhindert eine Schablone auf dem Sieb, dass die Farbe dort durchgeht, wo es nach dem zu druckenden Motiv farblos bleiben soll. „Das Schöne am Siebdruck ist, dass er erlaubt, unterschiedlichste Materialien zu bedrucken – sowohl flache als auch dickere und strukturierte Stoffe zum Beispiel“, unterstreicht die Siebdruckmeisterin. Sie nennt einen weiteren Vorteil: „Mithilfe unterschiedlich fein gewebter Siebe lässt sich der Farbauftrag beliebig variieren, was wiederum hohe Farbschichtdicken, also eben auch Dickschichtdrucke, ermöglicht.“

Gilla Steffan nutzt voller Elan die ganze Palette der vielfältigen Möglichkeiten, die der Siebdruck bietet, um die Werbebotschaften ihrer Kunden auf den Stoff zu zaubern. „Ob in kleinen, mittleren oder sehr großen Auflagen – wir bieten dabei immer einfallsreiche Konzepte, höchste Qualität und selbstverständlich Termintreue.“



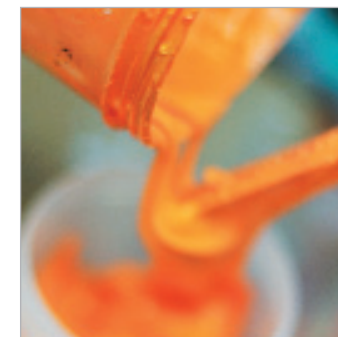


Die Farben

Fast endlose Vielfalt

Kundennähe – so lautet das oberste Prinzip der Firma Extra Textildruck. Inhaberin Gilla Steffan erklärt, was das für den betrieblichen Alltag bedeutet: „Mit welchen Wünschen auch immer die Kunden kommen, wir finden Wege, sie innovativ umzusetzen.“ Dafür wählt die Siebdruckmeisterin passende Farben und Verfahren aus, kombiniert sie mit Formen und Materialien, um die Werbebotschaften ihrer Auftraggeber sinnlich erfahrbar auf den Stoff zu drucken. Damit sie ihre Druckkonzepte konsequent an den Kundenwünschen orientieren kann, bietet sie eine umfassende Beratung an, idealerweise schon bei der Entwicklung des Logos oder des Schriftzuges. „Von Anfang an eng mit den Kunden zu kommunizieren, trägt enorm dazu bei, dass sie mit dem Ergebnis zufrieden sind.“

Deshalb gilt es, am besten gemeinsam mit den Auftraggebern aus der großen Vielfalt der Textildruckfarben das optimale Farbsystem auszuwählen. Dabei spielen nicht nur gestalterische und technische Fragen eine wichtige Rolle, sondern auch Kriterien wie die Anforderungen an den zu bedruckenden Stoff und sein Einsatzgebiet. Wie sollen die Textilien genutzt werden? Bei welchen Temperaturen sollen sie sich waschen lassen? Welche einsatzbedingten Anforderungen müssen sie erfüllen? Solche Fragen sollten zunächst gemeinsam mit den Kunden geklärt werden. „Vor diesem Hintergrund wählen und kombinieren wir dann die Farben so, dass wir bestmögliche Ergebnisse hinsichtlich Optik, Haptik, Farbbrillanz, Waschbarkeit und Beständigkeit erreichen“, erklärt die Unternehmerin.





Die Farben: Fast endlose Vielfalt

Hier sind einige Beispiele für die Farben, die Extra Textildruck nutzt:

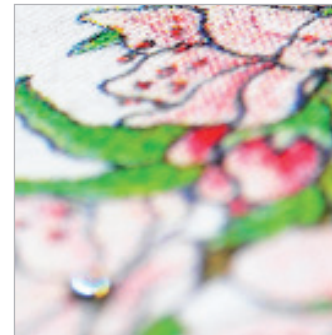
Plastisolfarben: Sie werden am häufigsten im Textildruck angewandt und zählen zu den vielseitigsten Farbsystemen, von stoffweichem Griff bis zu erstaunlichen 3-D-Effekten ist alles möglich. Plastisole sind lösungsmittelfreie Kunststoffdispersionen, die bei Wärme gelieren und bei höheren Temperaturen härten.

Wasserbasierte Textildruckfarben: Diese Farben weisen ebenso eine hohe Vielfältigkeit in der Verarbeitung auf und überzeugen oft mit einem sehr weichen Stoffgriff.

Pigmentätzfarben: Mit diesem wasserbasierten Farbsystem lässt sich zunächst die ursprüngliche Stofffärbung speziell von farbigen und dunklen Stoffen entfärben, gleichzeitig wird beim Druckvorgang durch die der Druckfarbe beigemischten Pigmente eine absolute Farbbrillanz erzielt. Zudem bieten sie einen angenehm weichen Stoffgriff.

Effektfarben: Ob Glitterfarben, reflektierende, nachleuchtende oder schwarzlichtaktive Farben, Schaum- oder Wildledereffektdruck, Glasperlen-, Gloss-, Fels-, Sand- oder Raseneffekt – fast alles ist möglich. Außerdem ermöglichen Ausbrennfarben spannende Effekte: Damit lässt sich der Baumwollanteil eines Stoffes zerstören, es bleibt nur der Polyesteranteil übrig. Der Stoff wird je nach Motiv an bestimmten Stellen durchsichtig.

Duftfarben: Extra Textildruck hat als einziger deutscher Druckpartner die Lizenz für die innovative Duftfarbe DuraScent®. Hier sind Duftstoffe so eingearbeitet, dass sie dauerhaft und gleichmäßig Duft freisetzen, auch noch nach vielen Wäschen. Bislang waren solche T-Shirts nur in den USA zu finden, jetzt gibt es sie aber auch in Wolfratshausen. Fast alle Dufttrichtungen sind realisierbar, sie lassen sich auch mit Effektfarben kombinieren.





Die Farben

Neu & einzigartig: DuraScent®

Ein feiner Schokoduft liegt in der Luft, lässt an Schweizer Pralines und Trüffel vom Konditor denken ... Doch dieser Duft entschwimmt nicht einer Chocolaterie, die möglicherweise nebenan ihre Werkstatt hat, nein – er stammt von einem T-Shirt, auf dem der appetitliche, dunkelschokobraune Aufdruck „Chocolat“ zu lesen ist. Und wenn Sie mit den Fingerspitzen sanft über diese Lettern fahren, spüren Sie: Das riecht nicht nur, sondern fühlt sich auch an wie Schokolade.

Kaum zu glauben, aber wahr: Textilien, deren Logos und Schriftzüge solche sinnlichen Erfahrungen bieten, sind längst keine Zukunftsmusik mehr. Die mittelständische Firma Extra Textildruck macht es möglich. Sie bietet dickschichtige Aufdrucke, die aussehen, sich anfühlen und riechen wie Schokolade. Oder wie Meer, Sand, Strand, Rasen, Blumen, Parfum – was immer Sie wollen. Firmenchefin Gilla Steffan kombiniert auf innovative Art Farben, Formen und Materialien, um diese visuellen, haptischen und olfaktorischen Erfahrungen zu ermöglichen. Dabei kooperiert sie mit der niederländischen Firma GSD, die unter dem Label DuraScent® Duftfarben herstellt. Seit kurzem hat Extra Textildruck als einzige deutsche Firma die Lizenz dafür, diese Farben für den Textildruck zu nutzen.

Dieses Prinzip, dass Farben kontinuierlich und dauerhaft Düfte abgeben – ohne dass man rubbeln und reiben muss –, ist brandneu und in dieser Form einzigartig. Damit ist das Unternehmen GSD Technologieführer in seinem Marktsegment. Die DuraScent®-Duftfarben bieten im Hinblick auf die Dufttrichtungen fast unerschöpfliche Möglichkeiten.



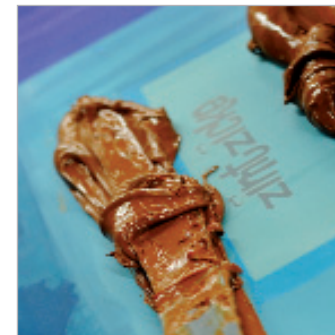


Die Farben: DuraScent® Duftfarben

Gilla Steffan sieht in dieser Innovation ein riesiges Potenzial. „Denn Düfte faszinieren unsere Sinne wie kaum ein anderes Medium“, argumentiert die Firmenchefin von Extra Textildruck. Fakt ist, dass unser Geruchssinn oft viel schneller als die Geschmacksnerven reagiert. Wenn uns ein angenehmer Duft in die Nase steigt, lässt er im Kopf sofort Bilder entstehen, die uns unterschwellig an schöne Erlebnisse erinnern: Wir denken bei den richtigen olfaktorischen Reizen an eine gelb-violett blühende Sommerwiese, an eine heiß-dampfende Tasse Schokolade, an dunkel-aromatischen Kaffee, an frisch-gewaschene Wäsche, an eine eisig-sprudelnde Bergquelle ...

Deshalb erreicht duftende Werbung ihre Adressaten meist viel intensiver und wirksamer als rein visuelle Botschaften, bestätigen auch zahlreiche wissen-

schaftliche Studien. Ihr Tenor: Weil der Mensch zuallererst lernt, seinen Geruchssinn zu nutzen, kann er Tausende von Düften unterscheiden, während er meist nur einige wenige Geschmacksrichtungen kennt. Deshalb sollten man die Fähigkeit zu riechen nicht unterschätzen, appellieren die Wissenschaftler. „Wer diese Fähigkeit anspricht und mit Duftfarben wirbt, der erreicht seine Adressaten nachhaltiger“, weiß auch die Siebdruckmeisterin. Deshalb sollten die Aufdrucke auf Textilien möglichst viele Sinne ansprechen – etwa wie bei dem Shirt, auf dem „Zimt-Zicke“ zu lesen ist: Der Schriftzug sieht nicht nur aus wie Zimt und greift sich pulvrig, sondern verströmt auch einen zarten Zimtduft. „Das ist eine perfekte Kombination, so dass ein solches T-Shirt zu einem echten Sinneserlebnis wird.“





„Wir lieben Farben!“

Hier sehen Sie eine Druckfarbe von **DuraScent®** mit Zimtgeruch.
Riechen Sie mal dran!

Hier war ein Zimt-Geruchsmuster eingeklebt



Special Effects

Glitter, Bürste, Gloss & Co.

In zackigen, borsten-beigen Buchstaben zieht sich der Schriftzug „Kratzbürste“ übers dunkelgraue Shirt. Was Sie hier lesen, können Sie bei diesem Aufdruck auch fühlen. Also schließen Sie Ihre Augen! Und stellen Sie sich vor, dass Sie nur noch Ihren Tastsinn nutzen, dass Sie mit den Fingerkuppen vorsichtig über diesen Schriftzug streichen. Lassen Sie sich von einem ungewöhnlichen Tasterlebnis überraschen: Denn was Sie jetzt spüren, sind borstige Bürstenhaare, die sich widerspenstig unter dem leichten Druck Ihrer Hand beugen. Damit wird der Aufdruck „Kratzbürste“ zu einem optischen und zu einem haptischen Erlebnis. Besser lässt sich die Einheit von Botschaft, Typografie und Greifbarkeit kaum darstellen.

Doch das ist nur eine von Gilla Steffans zahlreichen, überraschenden Ideen, wenn es darum geht, Kundenwünsche mit ungewöhnlichen, innovativen Konzepten zu erfüllen. Die Inhaberin der Firma Extra Textildruck verknüpft Farben, Materialien und Formen stets auf kreative Art, um damit die Werbebotschaften ihrer Kunden für alle Sinne erfahrbar zu machen. Sie bietet mit ihrem Geschäftsbereich Special Effects ungewöhnliche Textildrucke, die sich nicht nur sehen, sondern auch spüren lassen können. Optik und Haptik verschmelzen so zu einer Einheit – und bringen die Werbebotschaft des Kunden sozusagen gleich doppelt an den Mann, an die Frau.

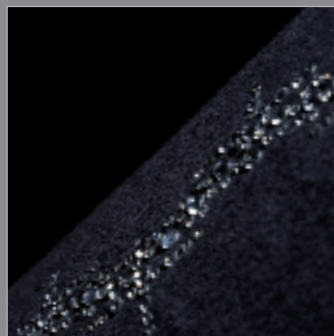
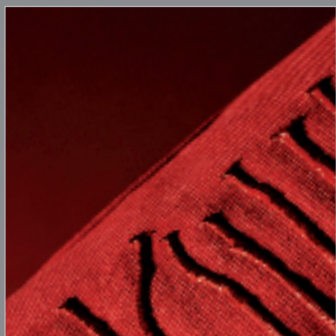
„Jede schwierige Aufgabe ist uns als neue Herausforderung willkommen“, betont die Siebdruckmeisterin. Sie tüfelt so lange an pfiffigen Lösungen und neuen Konzepten, bis für sie die Ergebnisse perfekt sind – und die Kunden vollauf zufrieden.





„Bei uns gern gesehen: schräge Typen.“

Versierte Siebdrucker nutzen die **Typografie**, um Botschaften zu transportieren.
Und hier ist Kreativität gefragt. Erst recht, wenn man ungewöhnliche Inhalte umsetzen will.



Special Effects: Glitter, Bürste, Gloss & Co.

Bei den Special Effects geht es immer darum, visuelle mit haptischen Signalen zu verbinden und diese Kombination auch verfahrenstechnisch umzusetzen. „Diese technischen Aspekte können wirklich diffizile Fragen aufwerfen“, erzählt Gilla Steffan.

Bestes Beispiel für die gelungene technische Umsetzung einer witzigen Idee ist die „Kratzbürste“: Hier setzt die Siebdruckmeisterin das Flockverfahren ein. Zunächst wird dabei der Klebstoff im Siebdruck auf den Stoff gedruckt. Mithilfe elektrostatischer Aufladung lassen sich dann die Flockfasern in den Klebstoff hineinschießen und so fixieren, dass sie senkrecht dort stecken bleiben. Mit längeren Fasern wie eben den Bürstenhaaren, lässt sich auf diese Weise eine borstige Konsistenz erzeugen. Ein ähnliches Verfahren setzt die Siebdruckmeisterin auch bei Rasenimitationen ein – und erzielt damit eine Rasenstruktur auf dem Stoff. Diese Technik funktioniert mit allen Materialien, auf denen der Klebstoff haftet. „Allerdings erfordert es viel Erfahrung und Fingerspitzengefühl“, erzählt sie.

Technisch einfacher zu realisieren sind dagegen Dickschichtdrucke, deren Oberflächen mit glänzenden Materialien veredelt werden. So sorgen kleine Kristalle, Glitter oder Glasperlen für Glittereffekte. Damit lässt sich auch sprudelndes Wasser

darstellen, etwa in hellen bis satten Blautönen mit kleinen Perlen als blubbernde Blasen ... Um nur einige weitere Effekte zu nennen: Neben den bereits genannten Rasen-, Bürsten- und Flockeffekten sowie den Glitter-, Glasperlen- und Gloss-effekten gibt es Farben, die reflektieren, nachleuchten oder sich erst im Schwarzlicht zeigen. Außerdem erreicht die Unternehmerin interessante Wirkungen über den Schaumdruck. Zudem bieten Wildledereffekt- und 3-D-Farben weitere Optionen.

Zum Programm von Extra Textildruck gehören auch Effekte, die sich mit elastischen Druckfarben erzielen lassen. Ferner sind Used-Look-Wirkungen problemlos umzusetzen. Auch beim Transferdruck ist nahezu alles möglich. Als Beispiele nennt sie den Foto-, Plastisol-, Flock-, Flex-, Digital- und Glanzfolientransfer.

Die Vielfalt kennt bei Extra Textildruck keine Grenzen. Denn Firmenchefin Gilla Steffan liebt es, innovative Techniken auszuprobieren und zu verfeinern, neue Farben und Materialien zu testen und zu kombinieren. Aus ihren Ideen entwickelt sie ständig neue Verfahren, die weitere reizvolle Effekte ermöglichen.

Ihren Geschäftsbereich der Special Effects wird sie daher weiter ausbauen. Denn sie ist überzeugt: „Dieses Marktsegment bietet spannende Chancen – für uns und unsere Kunden.“



„Was man hier sieht, kann man auch fühlen!“

Zum Beispiel durch das **Direktflockverfahren**: Der Klebstoff wird im Siebdruck auf den Stoff gedruckt. Die elektrostatische Aufladung ermöglicht, die Flockfasern – hier bestehend aus einer speziellen Farbmischung – in den Klebstoff hineinzuschießen und sie zu fixieren. Die elektrostatische Ladung bewirkt, dass alle Fasern senkrecht dort stecken bleiben. Nur so erzielt man eine borstige Konsistenz.



Die Textilien

Hochwertig & stylish

Die Vielfalt lässt staunen: In den Regalen stapeln sich Shirts und Sweats in kräftigem Rot, Orange, Gelb, und Grün, an den Kleiderständern hängen dezent graue und blaue Jacken. „Wir bieten nicht nur einen qualitativ hohen Textildruck, sondern auch hochwertige Textilien,“ sagt Gilla Steffan. Die Inhaberin der Firma Extra Textildruck erkennt zwei wichtige Trends: Zum einen werden zunehmend hochwertige Textilien gefragt; zum anderen geht es immer öfter darum, mit der Kleidung die individuelle Lebensart auf kreative Art zu präsentieren. Deshalb bietet sie Konzepte für die ganze Bandbreite, die diese beiden Trends eröffnen: von edlen Drucken auf wertvollen Stoffen bis zu kultig-stylish gestalteten Shirts.

Fakt ist zugleich: Das T-Shirt, egal in welcher Variante, dominiert. „Kein Wunder, jeder hat T-Shirts im Schrank, jeder hat eine Beziehung dazu“, weiß die Siebdruckmeisterin. Denn es ist nicht einfach ein Gebrauchsgegenstand, sondern ein Kultobjekt der Popkultur – und es steht für Lebensfreude. Die Ursprünge des T-Shirts sind wohl in den USA zu suchen, wo es zunächst im Militär als Unterhemd genutzt wurde. Mit der Industrialisierung verbreitete es sich weltweit. In den 60er Jahren galt es schließlich als Symbol für die jugendliche Auflehnung gegen die Generation der Eltern, die Hemden trug. Schauspieler wie James Dean machten es zur Ikone dieser Rebellion. Heute trägt jeder T-Shirts. Umso wichtiger ist daher der kleine Unterschied, der aus einem gewöhnlichen Shirt ein individuelles Kultobjekt macht: Mit dem richtigen Logo, der richtigen Botschaft wird ein T-Shirt zu einem Highlight. Gilla Steffan kombiniert deshalb innovativ Farben, Formen und Materialien, um damit die Werbebotschaften ihrer Kunden visuell, haptisch, olfaktorisch spürbar zu machen – und hebt sich damit ab von jeglicher Massenproduktion.





„Manche mögens heiß ...“,

zum Beispiel Jaqueline! Schon lange presst dieser Automat zuverlässig und präzise nach kurzer Aufwärmphase bei rund 180 Grad Celsius die heißesten Sprüche im **Transferverfahren** auf T-Shirts – ganz individuell und gerne auch in Einzelanfertigung.



Marketing und Vertrieb

Julia Lang

Sie überzeugt mit Ideenreichtum, Kompetenz und Aufgeschlossenheit. Julia Lang hat besondere Freude daran, für ihre Kunden maßgeschneiderte Full-Service-Konzepte für Werbung und Bekleidung zu entwickeln. Und sie liebt es, mit kreativen Ideen deren Corporate Fashion und Accessoires zu designen. Dabei hat sie immer die ganze modische Bandbreite im Blick – von klassisch-elegant über sportlich-stylish bis zu trendig-ausgefallen. „Gerade die Kombination von kommunikativer Arbeit mit den Kunden und einfallreichem Design ist für mich besonders reizvoll“, betont die junge Unternehmerin. Sie absolvierte 2002 bis 2004 eine Ausbildung zur Werbekauffrau in einer Agentur. Unmittelbar danach übernahm sie bereits ihre erste Projektassistenz im Bereich Mediaplanung. Von 2004 bis

2007 war sie schließlich Projektleiterin im Bereich Corporate Fashion. Zu ihren Kunden zählten renommierte Autohersteller ebenso wie Größen des Getränkesektors und der Kommunikationsbranche.

Seit Jahresbeginn führt sie nun ihre eigene Firma, die **Werkstatt für Ideen, Design & Fashion e.K.** Sie berät Unternehmen dabei, wie sie ihre Corporate Identity mit Textilien und Werbemitteln umsetzen können – und damit ihre Firmenphilosophie nachhaltig und einprägsam nach außen kommunizieren. Seit Jahresanfang betreut Julia Lang auch den Vertrieb und das Marketing von Extra Textildruck. Und sie ist mit Herz und Seele dabei, denn sie weiß: „Vor allem auch die Bereiche Special Effects und Duftdruck haben ein großes Potenzial.“





Die Firma

Ideen, Design & Fashion

„Professionell, kompetent und kundenorientiert – so können sich Unternehmen mithilfe geeigneter Corporate Fashion präsentieren“, unterstreicht Julia Lang. Deshalb spielt die individuelle Berufs- oder Messebekleidung, die wirksam die Firmenphilosophie nach außen kommuniziert, hierzulande seit Jahren eine wachsende Rolle. „Denn immer mehr Unternehmen erkennen, dass ihre Corporate Fashion eine Art Visitenkarte darstellt.“ Die Werbe- und Textilexpertin weiß, wovon sie spricht. Bevor sie sich mit ihrer eigenen Firma selbständig machte, sammelte sie in verschiedenen Werbeagenturen umfassende Erfahrungen im Hinblick auf Textilien und Design, Werbemittel, Event und Print.

Julia Lang berät ihre Kunden, wie sie ihre Corporate Identity perfekt auf Textilien und Werbemitteln projizieren können. Ihre Leistungen umfassen allerdings weit mehr als Beratung und Design: Sie organisiert, betreut und überwacht die Produktion der Corporate Fashion, organisiert auch den Import und garantiert eine zuverlässige Auslieferung. Zudem kümmert sie sich um Anproben und Maßanfertigungen vor Ort, etwa bei Messen.

Das Besondere: Sie erstellt maßgeschneiderte Gesamtkonzepte, die für alle Fragen der Corporate Fashion und der Umsetzung kundenspezifische Lösungen bieten, – und realisiert sie auch.

Will sich zum Beispiel eine Lebensmittelfirma mit der Bekleidung ihrer Verkäufer positiv präsentieren, entwickelt Julia Lang ein flexibles Gesamtkonzept, das auch den Mitarbeitern genug Freiraum lässt: Das Logo und die Farben der Firma finden sich durchgängig wieder, zugleich können die Beschäftigten wählen zwischen T-Shirt, Poloshirt, Bluse, Hemd, Sweater und Jacke.

„Meine Kunden sollen alles aus einer Hand erhalten“, argumentiert die Unternehmerin. „Sie müssen sich dann um nichts weiter kümmern, denn ich biete Corporate Fashion im Full-Service“. Ihre guten Kontakte zu Produktionsstätten im In- und Ausland ermöglichen ihr dabei, ohne Zwischenhändler textile Sonderproduktionen und ausgefallene Werbemittel preisgünstig herstellen zu lassen. Bei der Inlandsproduktion kooperiert sie eng mit Extra Textildruck und mit einer Stickerei. Das hat einen weiteren Vorteil: „Neue Impulse und Trends im Bereich innovativer Druck- und Sticktechniken kann ich sofort an meine Kunden weitergeben.“



Die Konzepte

Maßgeschneidert & kreativ

Wer sich für individuell gestaltete Corporate Fashion und Werbemittel entscheidet, ist bei Julia Lang an der richtigen Adresse. Sie führt seit Jahresbeginn ihre eigene **Werkstatt für Ideen, Design & Fashion e. K.** in München und bietet Full-Service – angefangen von der Beratung übers Design bis zur Produktion.

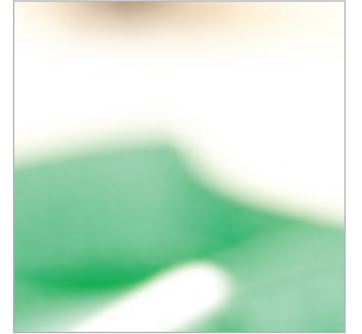
Ihre Dienstleistungen umfassen folgenden Aspekte:

Beratung: Sie betreut ihre Kunden auf innovative und individuelle Art, wenn es um Textilien, Veredelung und Werbemittel geht. Bei der anforderungsspezifischen Stoff- und Materialauswahl unterstützt sie die Kunden, zeigt kreative Druck- und Sticktechniken auf, entwickelt Konzepte für unterschiedliche Preis-Leistungsverhältnisse und Qualitäten.

Produktion: Enge Kontakte zu Herstellern im In- und Ausland erlauben ihr, Designs und Produkte aller Art zu realisieren. Sie überwacht die Produktion, kümmert sich um Qualitätskontrollen, Druck- und Stickabnahmen. Zudem organisiert sie die Import- und Zollabwicklung von im Ausland gefertigten Waren. Termingerechtes Ausliefern ist selbstverständlich.

Design: Mit ihren Konzepten projiziert sie konsequent die Corporate Identity auf Textilien und Werbemittel. Sie entwickelt Designvorschläge mit kundenspezifischen Grafiken und detaillierten Produkt-erklärungen. Sie erstellt maßgeschneiderte Gesamtkonzepte, die alle Fragen der Corporate Fashion und der Umsetzung kundenspezifisch beantworten.

Besondere Leistungen: Sie organisiert Anproben und Maßanfertigungen vor Ort, etwa bei Messen. Zudem übernimmt sie die Änderungsorganisation, indem sie beispielsweise dort Schneider beauftragt.



Impressum

Idee und Konzeption:

Die Erzeuger[®]

Text. Grafik. Foto. Web.

Texte: Monika Hofmann | Grafik: Margarete Steffan | Fotos: Florian Freund

www.die-erzeuger.de



Druck: Color-Gruppe München, Geretsrieder Straße 10, 81379 München

www.color-gruppe.de

Herausgeberin: Gilla Steffan, Extra Textildruck, Pfaffenrieder Straße 18, 82515 Wolfratshausen

www.extra-textildruck.de

© Extra Textildruck 2008